
Zvezdana Antoš

Etnografski muzej

Zagreb

zantos@emz.hr

UDK 069.41:39]"20"

069-021.131

Stručni rad

Primljeno: 17. 10. 2014.

Prihvaćeno: 22. 10. 2014.

„Skupljanje“ sadašnjosti u etnografskim muzejima

- Cilj je rada sustavno istražiti i prikazati iskustva stručnjaka europskih muzeja i Etnografskog muzeja u Zagrebu pri skupljanju sadašnjosti. Pri skupljanju predmeta iz suvremene svakodnevne muzeji moraju u svoju praksu uključiti i teorijske aspekte, ponajprije s područja urbane etnologije/antropologije i suvremene muzeologije, kojima će proširiti znanje o višestrukome značenju tih predmeta. Muzejske zbirke moraju se konstantno interpretirati i reinterpretirati kako bi se produbilo znanje o predmetima koje čuvaju.

Ključne riječi: predmeti svakodnevne, sakupljanje sadašnjosti, etnografski muzej, virtualne zbirke

UVOD

Cilj je rada sustavno istražiti i prikazati praktična iskustva pri skupljanju sadašnjosti u europskim etnografskim muzejima, s osvrtom na osobno praktično iskustvo u Etnografskom muzeju. Razvoj i primjena novih praksi u europskim etnografskim muzejima izazov je za muzejsku profesiju koja se susreće s novom vrstom posla i novim načinima prezentacije. To omogućuje etnografskim muzejima da preuzmu aktivnu ulogu u društvu i da djeluju kao baštinske ustanove. Opće je poznato da svaki muzej određuju njegove zbirke, te da suvremeni muzej ne može publici ponuditi samo elemente prošlosti. Zato se muzeji susreću s pitanjima kako predmetima dati nova značenja. Za etnografske i povijesne muzeje smatra se da čuvaju memoriju zajednice i društva, odnosno da imaju posebnu odgovornost jer moraju odlučiti što će sadašnji naraštaji pamti i sačuvati za buduću. Zato su se muzeji suočili s izazovom prikupljanja predmeta suvremene kulture, što im je otvorilo brojna pitanja na

koja je bilo potrebno odgovoriti. Što, zapravo, treba zabilježiti i predstaviti budućim naraštajima? Kako u današnjemu potrošačkom društvu prepoznati predmete koji imaju posebno značenje za našu svakodnevnu kulturu? Koju metodu odabira pri tome primijeniti? Jesu li današnji muzeji spremni za stvaranje novih znanja?

POVIJEST SKUPLJANJA „SUVREMENE DOKUMENTACIJE“ O SVAKODNEVNOM ŽIVOTU

Radi pronalaženja odgovora na brojna postavljena pitanja, muzeji u Švedskoj osnovali su 1977. Samdok¹ s ciljem istraživanja i bilježenja svakodnevnog života. Termin se danas upotrebljava izvan skandinavskih zemalja u smislu „suvremene dokumentacije“ o svakodnevnom životu, koja obuhvaća skupljanje predmeta, pisanog materijala, fotografija i audio-vizualnih zapisa. Dokumentacija se odnosi na zbirku i njezinu interpretaciju putem različitih vrsta zapisa. Samdok se u terenskim istraživanjima koristi etnološkom/antropološkom metodologijom koju su prihvatili i svi povijesni muzeji u Švedskoj (Steen 1999: 152).

Ideja o nastanku Samdoka potekla je iz Nordiska Museeta, Stockholm, Švedska 1973. Zbirke Nordiska Museeta prikazuju predmete iz predindustrijskog razdoblja koji ilustriraju seoski život s kraja 18. i 19. stoljeća, dok razdoblje 20. stoljeća uopće nije zastupljeno ili je vrlo slabo zastupljeno. Jednako tako, u njihovim zbirkama nije bilo predmeta koji ilustriraju život srednjeg sloja seljaštva i nižeg sloja građanstva. Zato su smatrali da je potrebno provesti vrednovanje postojećih zbirki, što im je pomoglo u donošenju odluke o njihovu razvoju. Odlučili su prestati skupljati predmete koji ilustriraju rano razdoblje seoske kulture i koji se više aktivno ne rabe te početi skupljati predmete koji ilustriraju sadašnju kulturu. „Skupljanje“ sadašnjosti otada je postala konstantna i planirana muzejska aktivnost, a osnovni motiv muzeja postao je *skupljaj danas za sutra* (Steen 1999: 154).

Na samom početku svoga djelovanja, Samdok je organizirao *pool*. Tematski su podijeljeni i služe kao baza podataka o suvremenom životu. S vremenom su pojedini muzeji počeli sudjelovati u pojedinim projektima i upisivati brojne podatke o predmetima koje su otkupili te se pojavila potreba da svaki muzej razvije svoj program koji će svima biti virtualno dostupan. Tajništvo Samdo-

1 Riječ Samdok kovanica je od riječi *sam* - suvremeno, suradnja, povezanost i *dok* – dokumentacija.

ka smješteno je u Nordiska Museetu i dostupno je svim članovima muzejske zajednice. Aktivno djeluje izdavanjem *Samdok Bulletina*, organiziranjem stručnog osposobljavanja za muzejsko osoblje i savjetovanjem kako bi proširili znanje o suvremenoj dokumentaciji. Mreža muzeja Collectingnet, koju je pokrenuo Samdok, način je kontinuiranog susreta i obogaćivanja znanja o suvremenoj dokumentaciji. Osobito je važno njihovo djelovanje na međunarodnom planu: pokrenuli su *Newsletter* koji se publicira četiri puta godišnje, a 2007. organizirali su međunarodnu konferenciju pod nazivom *Collecting connecting*, koja je okupila brojne stručnjake iz raznih europskih zemalja. Osnovna je ideja bila ne samo skupljanje, nego i analiza i interpretiranje prikupljene građe, odnosno uspostavljanje podataka koji će omogućiti „komunikaciju“ građe s posjetiteljima. Muzej mora neprestano dopunjavati znanje o prikupljenim predmetima kako bi se moglo razumjeti što taj predmet znači i simbolizira te na taj način neprestano sudjelovati u stvaranju novih znanja. Mreža muzeja Collectingnet potaknula je osnivanje novog ICOM-ova komiteta COMCOL-a² (International Committee for Collecting), odnosno Komiteta za „skupljanje“ sadašnjosti, koji je osnovan 2010. u Šangaju. COMCOL je međunarodni komitet čije je poslanje produbiti raspravu i proširiti stečeno znanje na praksu, teoriju i etiku skupljanja i razvoja zbirke (materijalnih i nematerijalnih). Zamišljen je kao mjesto razmjene pogleda i iskustava prikupljanja u širem smislu, što obuhvaća prikupljanje predmeta sadašnjosti, povrat kulturnog vlasništva i praksu koja ima važnu ulogu u skupljanju predmeta kako danas, tako i u budućnosti. Komitet se nije ograničio samo na etnografske i povijesne muzeje, nego je u području njegova interesa proširiti teoriju na sve vrste muzeja u raznim dijelovima svijeta.

SKUPLJANJE SADAŠNJOSTI: PROBLEMI I ISKUSTVA MUZEJSKIH STRUČNJAKA

U većini europskih muzeja skupljanje predmeta vrlo je ograničeno zbog financijskih teškoća, ali i nerazumijevanja vlasti koja u tome ne prepoznaje jednu od ključnih djelatnosti svakog muzeja. Osim toga, mnogi su muzeji suočeni s problemom prepunih depoa, u kojima nemaju dovoljno mjesta za smještaj novih akvizicija. Ti su problemi naveli muzeje na promišljanje o načinu i kvaliteti skupljanja predmeta u budućnosti. Pri skupljanju predmeta iz naše sadašnjosti ključno je profesionalno skupljanje jer muzej ima novu vrstu

2 <http://www.icom.museum/international/comcol.html>.

odgovornosti i prema svojim korisnicima, ali i prema poreznim obveznicima. Zanimljivo je da su se s tim problemom suočili svi etnografski muzeji, ali njegovom su rješavanju prilazili na različite načine. Iskustva Samdoka potaknula su muzejske stručnjake na međunarodnu raspravu, ali i na primjenu provjerenih metodologije. Jedan od velikih pomaka u profesionalnom skupljanju predmeta ostvaren je kad je skupljanje postalo sastavnim dijelom terenskog istraživanja. Pri tome su bila primijenjena dva pristupa: prvi je bio usmjeren na predmete (kuhinjski namještaj i odjeću za djecu) koji bi, odabrani prema vrsti, materijalu i modelu, mogli predstavljati zbirku 20. stoljeća. Taj se pristup uglavnom primjenjivao pri otkupu ili donacijama muzeju te u suvremenim istraživanjima švedskih kulturno-povijesnih muzeja. Drugi je pristup bio usmjeren na ljude. Koji ih predmeti okružuju i što im oni znače? Svaka od tih metoda ima informativnu i dokumentarnu vrijednost, no prva se najčešće primjenjuje u predmetno usmjerenoj kulturnoj povijesti, a druga u kulturnoj antropologiji. Pri drugom pristupu muzejski stručnjak ima mnogo veću ulogu, odnosno mora priskrbiti određeni predmet za zbirku zbog njegove simboličke uloge te će tim načinom skupljanja podići kvalitetu prikupljenih predmeta. Prikupljanje predmeta u terenskom istraživanju izuzetno je važno jer je njihovo značenje veće i bogatije s obzirom na mjesto nalaska, njihova vlasnika, način uporabe, simboličku ulogu i sl. Osim toga, u istraživanju postoji mogućnost uspostave kontakata s brojnim informantima, *kazivačima*, koji će nam ispričati priču o ulozi nekog predmeta u njihovu životu. Osim uspostave brojnih kontakata, kroz razgovor se otvara i mogućnost prikupljanja starih fotografija i snimanja novih, filma ili cijeloga intervjua. Skupljanje predmeta koje je sastavni dio terenskog istraživanja omogućuje nam da te predmete stavimo u širi kontekst. Oni imaju zanimljivu povijest koju će ispričati na muzejskoj izložbi. Izloženi predmeti ne prikazuju samo oblik, boju i materijal, nego nose i određeno značenje: popularni je „fićo“ 1960-ih godina u Hrvatskoj postao simbolom dobrog života. Najvažniju ulogu u skupljanju predmeta iz naše svakodnevice ima kustos zbog traženja predmeta sa simboličkim značenjem, kao i onih koji zbog svoje društvene važnosti zaslužuju da postanu dio muzejske zbirke. Rad u terenskom istraživanju na primjeru Nordiska Museeta rezultirao je povećanjem zbirke, za koju je oko 70% skupljenih predmeta bilo donirano muzeju³ (Bursell 1999: 160). Jedan od načina „skupljanja“ sadašnjosti može se razviti i radom na muzejskoj izložbi. Muzejska će nam izložba olakšati prikupljanje predmeta jer je pojedine teme potrebno vizuali-

3 Primjerice, donirana im je suvremena kuhinja i kuhinjski inventar, što je obuhvaćalo oko tisuću predmeta.

zirati muzejskim predmetima. Sudjelovanje u cijelom procesu, od istraživanja i skupljanja predmeta do muzejske izložbe i publikacije, pokazuje kvalitetu obavljenog posla.⁴

ISKUSTVA ETNOLOGA IZ SREDNJE I JUGOISTOČNE EUROPE

O temi „skupljanja“ sadašnjosti i skupljanja u budućnosti diskutirali su etnolozi iz muzeja Srednje i Jugoistočne Europe na konferenciji koju je organizirao Museum für Volkskunde 2002. u Beču. S obzirom na tradicijsku metodologiju skupljanja predmeta, iz izlaganja muzejskih kustosica i direktora bilo je vidljivo da se sadašnjost „skupljala“ vrlo malo ili gotovo nikako. Ta je konferencija imala važnu ulogu jer su muzeji raspravljali o važnosti svojih zbirki i o potrebi njihova redefiniranja. S obzirom na to da u svojem fundusu ima uglavnom građu s područja istočne i jugoistočne Europe, austrijski Museum für Volkskunde smatra nužnim kontekstualizirati postojeće predmete, što će im omogućiti suradnja s kolegama iz raznih muzeja, uz rad u terenskim istraživanjima. Prikupljeni predmeti dobit će nove priče i kontekst današnjice, te će povećati vrijednost zbirki. Pojedini muzeji s područja istočne i jugoistočne Europe zbog političkih razloga nisu smjeli skupljati predmete koji su se vezali za religiju, ali je to ujedno bio razlog da su nakon 1990. intenzivno počeli skupljati upravo te predmete, kao i fotografske dokumente i videodokumentaciju o pučkoj pobožnosti i raznim običajima vezanima za uporabu pojedinih predmeta (Beitl i Grieshofer 2003 [ur.]). Nažalost, područje njihova istraživanja i dalje je bilo ograničeno na selo i ruralnu kulturu. Korak dalje napravili su austrijski etnolozi i kulturni antropolozi kada su započeli projekt o kulturi svakodnevice *Alltagskulturen 1945–2000*, u koji su uključili brojne austrijske muzeje. Njihov je cilj bio pronaći važne predmete koji su označili promjenu svakodnevne kulture od 1945. do 2000. i bitno utjecali na nju. Zato su izdvojili inovativne predmete koji su korišteni pri radu, stanovanju i transportu te u svakodnevnom životu i slobodno vrijeme. Primjerice, slobodno vrijeme u Austriji 1945.–1960. označio je prijenosni radio i kino, 1960.–1970. lutka Barbie, 1970.–1980. skije Fisher C4, 1980.–1990. videokasete Wienerer, 1990.–2000. brdski bicikl. Zanimljivo je da su skupili priče i fotografije o upotrebi pojedinih predmeta, kao i kompletnu dokumentaciju koju su izložili uz predmete na putujućoj izložbi po austrijskim muzejima 2005. Osim toga, njihovo istraživanje potaknulo je brojne studente i dok-

4 O sakupljanju sadašnjosti više u: Antoš 2002, 2010d.

torande na detaljnija znanstvena istraživanja (Bockhorn, Schindler i Stadelmann 2005).

AKTIVNA PARTICIPACIJA GRAĐANA PRI SKUPLJANJU SADAŠNJOSTI

Posljednjih godina pristup skupljanju predmeta u mnogim se muzejima počeo mijenjati jer su se muzeji usmjerili na potrebe svojih korisnika i zato su težište svoje djelatnost prebacili sa skupljanja predmeta na posjetitelje. To ih je navelo da svoju pozornost pri skupljanju kulturne baštine usmjere na publiku, odnosno da uključe građane u dokumentiranje njihove povijesti i kulture. Takav je pristup primijenjen u projektu *Poduzetničke kulture u europskim gradovima* (2008. – 2010.) koji je financirala Europska Unija (EKEC),⁵ a koji se odnosio na interdisciplinarno skupljanje predmeta. Projekt je rezultirao brojnim lokalnim projektima tijekom kojih su kustosi, muzejski pedagozi i volonteri surađivali s poduzetnicima i aktivno sudjelovali u skupljanju materijalne i nematerijalne kulturne baštine. Osnovna ideja bila je prikupiti predmete koji su karakteristični za pojedini posao i s kojima se pojedinci identificiraju. Pri tome je bilo osobito važno uspostaviti kontakt s poduzetnicima koji će prepoznati muzej kao mjesto koje čuva njihovu povijest i kao mjesto interkulturalnog dijaloga. Traženje karakterističnih predmeta koji će predstaviti današnje poduzetnike i koji će ujedno prikazati današnju svakodnevnu kulturu bio je novi izazov za muzeje. Primjerice, Muzej europskih kultura u Berlinu prikupio je predmete koji se odnose na posao vezan za proizvodnju i distribuciju „döner kebaba“ (Sl. 1/str. 330), a simbolizira današnju globalnu kulturu brze hrane – *fast food culture*, koju su sa sobom donijeli i njezinu prodaju razvili turski poduzetnici što su imigrirali u Berlin. Ti predmeti u muzejskoj zbirci

5 Projekt *Poduzetničke kulture u europskim gradovima* financiran je sredstvima EU iz programa *Kultura* (2008.– 2010.), koji je bio usmjeren na istraživanje maloga i srednjeg poduzetništva u sedam europskih gradova (Amsterdamu, Berlinu, Volosu, Barceloni, Liverpoolu, Luxembourg i Zagrebu). Projekt je ponajprije obuhvatio ekonomske, socijalne i kulturne strategije poduzetnika, od kojih mnogi imaju imigrantsko zaleđe. Cilj projekta bio je pokazati kako su inovativnost i kreativnost povezani s novim poduzetničkim inicijativama u smislu promocije interdisciplinarnog skupljanja materijalne i nematerijalne baštine današnjih poduzetnika. Partneri u projektu bili su Povijesni muzej Amsterdam (AHM); Muzej europskih kultura (MEC), Berlin; Etnografski muzej (EMZ), Zagreb; Centar za povijesna istraživanja i dokumentaciju grada Volosa (AHM), Volos; Institut de Formation Sociale (IFS), Luxembourg; Povijesni muzej Barcelone (MUHBA), Barcelona i Nacionalni muzeji Liverpool (NML), Liverpool, a pridruženi partneri Imagine Identity and Culture (Imagine IC), Amsterdam; Neighborhood museum, Berlin; Centre de Documentation sur les Migrations Humaines (CDMH), Dudenlange (L) i Gradski muzej Tallinn, Tallinn.

neće samo simbolizirati jedan tip kulture brze hrane, nego će predstavljati i određenu kulturnu zajednicu u Berlinu (Turke).

Korak dalje u *outreach* programima⁶ napravio je Nacionalni muzej Liverpoola, čiji su djelatnici provodili istraživanje u *kafiću* u dijelu Liverpoola u kojemu poduzetnici imaju svoje trgovine, te su ih, uz agresivan marketing, pozvali na suradnju – da pridonesu svojoj zajednici i ispričaju svoju priču (Sl. 2 /str. 330). Njihove priče i fotografije (stare i nove) bile su izložene u lokalnom *kafiću* u kojemu su kustosi obavljali razgovore. Osim toga, pozvali su ih na suradnju i preko *Facebooka*, na kojemu su prikupili više od sto priča te nekoliko tisuća fotografija. Tim su načinom promovirali svoj muzej koji se upravo gradi i pozvali sve građane da budu njihovi korisnici.

Drugi je primjer Muzej grada Amsterdama, koji je uspostavio suradnju sa 60 volontera iz jugoistočnog Amsterdama. Volonteri su obavljali razgovore s poduzetnicima i njihovim klijentima (Sl. 3/str. 331) te stavljali slike s intervjuima na internetsku stranicu muzeja. *Outreach* projekt bio je u potpunosti uspješan jer se ta web stranica svakodnevno obogaćuje novim pričama. Ukupno imaju 250 priča i 60 videoklipova. Prikupljena građa ima osobitu dokumentarnu vrijednost jer je zbog interneta kao medija koji je dostupan izuzetno širokom krugu korisnika muzejski projekt dobio sasvim nove dimenzije – nije više samo muzejski, nego je i projekt zajednice. Naravno, ograničenja u takvom projektu jesu jezične barijere, pa je ta građa dostupna samo nizozemskome govornom području. Bilo je, također, potrebno pronaći i nove načine prezentacije skupljene građe na muzejskoj izložbi te se koristiti agresivnijim marketingom kako bi dodatno zainteresirali publiku. Pri tome ne mislimo na djecu, koja su redoviti muzejski posjetitelji, nego na poduzetnike i srednji naraštaj korisnika, koji zbog radnog vremena i drugačijeg stila života najčešće nemaju vremena za posjet muzejima.

Etnografski muzeji u zemljama srednje, istočne i jugoistočne Europe bili su uglavnom usmjereni na skupljanje predmeta i istraživanje seoske kulture, no

6 Zbog velikih i naglih demografskih promjena, posebno u zapadnoeuropskim državama, muzeji su počeli osmišljavati različite strategije koje su se posebno odnosile na uspostavu interkulturalnog dijaloga, kako bi privukli novu vrstu publike. Jedna od primijenjenih metoda jest vanjski i participacijski program (*outreach work*), koji se primjenjuje u radu s ciljanim skupinama koje inače ne posjećuju muzej. Tijekom provedbe *outreacha* pobuđuje se zanimanje potencijalnih posjetitelja za sadržaje muzeja i potiče ih se na suradnju s muzejom. Radeći s tim skupinama u muzeju i izvan njega, muzejski stručnjaci mogu uključiti građane u različite muzejske aktivnosti koje se odnose na rad sa zbirkama i na izložbama.

posljednjih se godina područje njihovih istraživanja usmjerava i prema urbanoj kulturi. To je bio razlog uključivanja Etnografskog muzeja iz Zagreba u taj projekt, tijekom kojega smo, osim predmeta koji se odnose na konzumiranje kave, osigurali i filmsku građu vezanu za kulturu naše svakodnevce. Ti predmeti za poduzetnike i mnoge osobe koje konzumiraju kavu imaju simboličko značenje.⁷

SKUPLJANJE PREDMETA ZA IZLOŽBU *IDEMO NA KAVU!*

Tijekom rada na pripremi izložbe *Idemo na kavu!* skupila sam predmete za Zbirku kućnog inventara koji se odnose na svakodnevnu kulturu konzumiranja kave u *kafićima*. Mnogi od tih predmeta, poput šalice, pojedinim osobama mnogo znače jer kod kuće piju kavu iz upravo takvih šalice, jer je to njihova omiljena šalice. Dakle, pojedini predmeti imaju i emotivno značenje. Zato smo već prije za Zbirku bili prikupili nekoliko šalice iz 1970-ih. Na izložbi je predstavljena prva tvornica kave u Hrvatskoj – „Franck“, koja, osim kave, prodaje poduzetnicima i šalice za kavu s upisanim imenom svoje tvrtke. „Franck“ je za potrebe izložbe darovao Etnografskome muzeju šalice od 1960-ih do danas, koje su uvrštene u Zbirku kućnog inventara Etnografskog muzeja. S obzirom na to da se „Franck“ šalice mogu vidjeti na terasama zagrebačkih *kafića* i da su vezane za zagrebačke poduzetnike, snimili smo film *Idemo na kavu!*, u kojemu je predstavljena svakodnevna kultura konzumiranja kave. Na taj smo način izložene predmete kontekstualizirali sa svakodnevnim životom i dali im novo značenje obogativši ih informacijama o osobama koje su ih rabile te značenjem što su ga za njih imale. Osim toga, dobili smo informacije i o proizvođaču šalice, odnosno o tvornici Inker, koja je od 1960-ih počela proizvoditi i šalice za kavu za tvornicu „Franck“. Šalice prikupljene za muzejsku zbirku govore o dizajnu i ukusu određenog vremena, ali i o navikama ljudi u 1960-ima, kada su se rabile samo male šalice za crnu kavu. Naime, u posljednjih dvadeset godina počele su se upotrebljavati i srednje i velike šalice, što ovisi o tome kakvu kavu iz njih pijemo. Novoprikupljeni predmeti prikazani su i virtualno, odnosno na web stranici projekta *Poduzetničke kulture u europskim gradovima*, zajedno s predmetima iz drugih muzeja koji su sudjelovali u projektu (Sl. 4/str. 331). Interdisciplinarni pristup pri skupljanju predmeta omogućuje stvaranje novih značenja i nove interpretacije muzejskih predmeta, ovoga puta u virtualnom obliku.

7 O aktivnoj participaciji građana pri sakupljanju sadašnjosti te o projektu *Poduzetničke kulture u europskim gradovima* više u: Antoš 2010a; 2010e; 2011; 2012a; 2012b; 2013.

Kontekstualizacija predmeta danas je viđena kao jedan od važnih izvora znanja pri skupljanju sadašnjosti i redefiniranju postojećih zbirki. Šalice iz *kafića*, odnosno predmeti koji su se odnosili na poduzetnike, bili su kontekstualizirani i predmetima iz povijesne zbirke koji su se odnosili na obrede konzumiranja kave u raznim kulturama. Tako je ceremonija pripreme kave u Etiopiji ilustrirana servisom za kavu iz 19. st. iz Zbirke kultura svijeta, a unutrašnjost turske kavane rekonstruirana je uz pomoć predmeta iz Turske i Bosne iz 19. i s početka 20. stoljeća, iz Zbirke kultura svijeta i Zbirke kućnog inventara, a pijenje kave u haremu u Bosni ilustrirali smo predmetima iz 19. stoljeća iz Zbirke kućnog inventara. Takav pristup pri obradi teme omogućio nam je povezivanje muzejskih zbirki i interpretaciju predmeta.

Općenito, karakteristično je područje novijih istraživanja kulture, koja nije statičan fenomen i koja se pokušava sagledati kao dinamičan proces. Znanstvena klasifikacija na kulturne areale i geografska područja postala je predmetom mnogih znanstvenih analiza zato što nas taj način vraća u poziciju „zamrznute kulture“ i uniformiranih kriterija koji su nedostatni za dublju analizu predmeta. Osnovni je cilj skupiti dovoljno informacija o predmetu kako bi se opisale kulturne, političke i društvene veze koje će ponuditi publici mogućnost samostalnog istraživanja.⁸

INTERDISCIPLINARNO VIRTUALNO SKUPLJANJE SADAŠNJOSTI

U praksi „skupljanja“ sadašnjosti pokazalo se da se buduća strategija skupljanja predmeta mora odnositi na povezivanje različitih disciplina i predmeta s korisnicima. Posebne web stranice omogućuju dostupnost zbirki fotografija širokom krugu posjetitelja, npr. *Flickr*, na kojima korisnici imaju još i mogućnost njihova opisa i komentiranja. Jedan od ciljeva projekta *Poduzetničke kulture u europskim gradovima* bio je stvaranje jedinstvene virtualne zbirke skupljanjem materijalne i nematerijalne baštine o novim europskim poduzetnicima na svojoj web stranici. Ta zbirka predmeta ima mogućnost dodavanja priča i predmeta za muzejske zbirke. Fotografije predmeta prikupljenih tijekom istraživanja i rada na lokalnim projektima bile su postavljene na stranicu projekta ECEC i povezane na servisu *Flickr*. Izloženi muzejski predmeti, predstavljeni zajedno s predmetima iz ostalih muzeja koji su sudjelovali u projektu, postali su opće kulturno dobro. Zanimljivo je da su neki muzeji u radu sa zajednicom koristili internetskim portalima kao mjestom na kojemu

8 O izložbi *Idemo na kavu!* više u: Antoš 2010b, 2010c.

su ostvarili aktivnu suradnju sa zajednicom pri nabavi novih predmeta za muzejsku zbirku. Primjerice, Muzej grada Liverpoola za lokalni se projekt *Tajni život Smithdown Rooda* koristio *Facebookom* kao inovativnim mjestom za uspostavu suradnje s lokalnom zajednicom. Na web stranici *Flickr* članovi *Facebooka* mogli su postaviti suvremene fotografije ulica, trgovina i njihovih vlasnika. To je omogućilo muzeju da razvije malu zbirku najprodavanijih predmeta kojima je predstavio posao pojedinog poduzetnika, uz fotografije i videodokumentaciju. Interaktivnom stranicom na internetu koristio se i Povijesni muzej Amsterdama kao portalom na kojemu su poduzetnici, njihovi klijenti i svi zainteresirani mogli postaviti svoje priče, videa, fotografije i predmete koji se odnose na trgovine u njihovu susjedstvu (Sl. 5/str. 331). Odabrani primjerci iz skupljenog materijala iskoristili su se za izložbu koja je bila postavljena 2011. u Povijesnome muzeju Amsterdama, a neki su od njih postali sastavni dio muzejske zbirke. Virtualne zbirke predmeta zanimljiv su medij za muzeje zahvaljujući višestrukoj mogućnosti skupljanja informacija o pojedinoj temi. Virtualno skupljanje predmeta nudi mogućnost eksperimentiranja različitim načinima skupljanja predmeta, kako virtualnih, tako i stvarnih. Za razliku od virtualne zbirke, u kojoj su svim korisnicima otvorene mogućnosti sudjelovanja u stvaranju sadržaja zbirke, u fizičkoj muzejskoj zbirci konačna odluka i odabir predmeta uvijek pripada kustosima. Glede virtualne zbirke predmeta, naravno, postoje i brojne dvojbe koje se odnose na njezinu trajnost, istinitost podataka koji opisuju pojedini predmet ili fotografiju, odnosno na oblikovanje te virtualne zbirke u budućnosti.

Muzejski stručnjaci raspravljali su o mogućnosti skupljanja predmeta naše svakodnevice samo u virtualnom obliku. Tu teorijsku mogućnost podržavaju znanstvenici koji se bave informacijskim tehnologijama zato što se digitalnim snimanjem predmeta uspijeva zabilježiti njegov oblik i njegova pojavnost, te on postaje stvaran. Zato smatraju da ga nije potrebno čuvati u muzejskoj zbirci. Budući će naraštaji odlučiti hoće li čuvati predmete iz naše svakidašnjice samo u digitalnom obliku, pri čemu svakako moraju imati na umu da je posrijedi selektivni proces prikupljanja podataka o stvarnim predmetima i njihovoj pojavnosti u digitalnom obliku. Pri digitalizaciji se mogu pojaviti i određeni problemi vezani za način snimanja predmeta, jer samo jednom snimkom ne možemo zabilježiti sve detalje koji nas o pojedinom predmetu mogu zanimati. Uvijek je važno hoćemo li tu digitalnu fotografiju prikazati u smislu edukacije korisnika ili kao dio znanstvenog istraživanja. Primjerice, ako snimimo cijelu mini suknju, čija je pojava označila 1960-e godine, ta će snimka biti korisna u edukativne svrhe i za izlaganje na izložbi, ali će biti

potpuno neupotrebljiva znanstvenicima koji se bave istraživanjem tekstila iz 1960-ih godina jer nema snimljenog detalja koji će pokazati kraj, tkaninu, detalje uzorka i sl. Digitalizacija nam nudi nove mogućnosti za skupljanje predmeta u novim oblicima.

Jedan od važnih medija za „skupljanje“ sadašnjosti jest fotografija, koja se najčešće primjenjuje u muzejima. Mnogi su muzeji fokusirani na skupljanje starijega i novijega fotografskog materijala, kao i onoga koji nam pomaže u proučavanju današnjeg života. Pri tome je nužno objediniti fotografije s intervjuima kako bi se mogla provesti dublja analiza prikupljenog materijala. Drugo važno pitanje koje se odnosi na skupljanje fotografskog materijala kao dijela naše svakodnevne kulture jest kako skupiti fotografije koje su snimljene mobitelom i poslane elektroničkom poštom ili SMS-om, a postale su jedno od važnih obilježja današnjeg života. To je pitanje osobito važno u globaliziranom svijetu, kada većina ljudi održava kontakte sa svojim prijateljima i obiteljima putem različitih medija.

Tehnologija otvara mogućnosti za sofisticiranu interpretaciju, koja postaje protuteža predmetima u smislu skupljanja i čuvanja znanja za budućnost. Takav je primjer pohranjivanje rezultata istraživanja na DVD-ROM-u *Digital education kit – Poduzetničke kulture u europskim gradovima* (Antoš 2010e),⁹ koji kao interaktivna publikacija ima mogućnost čuvanja fotografija te filmske i tekstualne građe o lokalnim projektnim aktivnostima. Osim toga, korisniku daje vrlo jednostavan uvid u cijeli projekt i u način njegove realizacije. Na njemu su povezani podaci o svim ustanovama koje su sudjelovale u projektu, te time korisniku omogućuju samostalan odabir i usporedbu sadržaja.

ZAKLJUČAK

Koristeći se novim tehnologijama, kulturne ustanove učvršćuju znanje koje je utemeljeno na interpretaciji i kontekstualizaciji. Virtualni posjetitelj možda će to bolje razumjeti i biti bolje pripremljen za interpretaciju onoga što je vidio nego kada je u doticaju s izvornim predmetima. Zato muzejski stručnjaci imaju veliku ulogu pri selekciji predmeta i informacija koje će prikazati

9 Budući da je gotovo svaki partner u projektu predstavio svoje rezultate istraživanja muzejskom izložbom te da je prikupio znatnu fotografsku i video građu, nametnula se ideja o objavljivanju DVD-ROM-a *Digital educational kit – DEK – Entrepreneurial Cultures in Europe*, koji sam osobno uredila. Naš je projekt tijekom dvije godine rada postupno napredovao, što smo bilježili na web stranici projekta www.eciec.eu, koju je uredila Monika Smidt.

virtualnim posjetiteljima. Pri skupljanju predmeta svakodnevne muzeji moraju u svoju praksu uključiti i teorijske aspekte, ponajprije s područja urbane etnologije/antropologije i suvremene muzeologije, kojima će proširiti znanje o višestrukome značenju tih predmeta. Značenje pojedinog predmeta globalne kulture mijenja se s obzirom na znanstveno stajalište, kao i na njegovo socijalno okruženje, ali i na individualni kontekst. Pri tome je, osim materijalnih predmeta, potrebno prikupiti i sačuvati dokaze nematerijalne baštine. Ti su podaci izuzetno vrijedni i danas, a bit će osobito važni budućim istraživačima za proučavanje naše svakodnevne. Zbirke se moraju konstantno interpretirati i reinterpretirati kako bi se produbilo znanje o predmetima koje muzeji čuvaju. Muzeji i znanost oduvijek su bili usko povezani jer se uz pomoć predmeta može razumjeti tko smo, odakle potječemo i kakva je bila naša prošlost. U muzejima se uvodi interdisciplinarni pristup kojim se etnologija kombinira s drugim društvenim znanostima. Novi reformirani muzej postaje participacijski, odnosno surađuje s publikom u različitim aspektima, pa čak i onda kad zbirkama i predmetima traži novo značenje koje će im dati zajednica u kojoj muzej djeluje.

LITERATURA

Antoš, Zvezdana. 2002. „Towards definition of New Criteria for and Approaches to Collecting of Items for Museum Collections”. U *Die Museumssammlung-sammlungsintention auswahlkriterien kontextualisierung*. Beitzl, Matthias i Grieshofer, Franz, ur. Wien: Österreichisches Museum für Volkskunde.

Antoš, Zvezdana. 2010a. „How Zagreb entrepreneurs view the culture of coffee consumption?”. *Entrepreneurial Cultures in Europe, Stories and museum projects from seven cities*. Kistemaker, Renée i Tietmeyer, Elisabeth, ur. Berlin: Friends of the Museum of European Cultures, str 81-89.

Antoš, Zvezdana. 2010b. *Idemo na kavu! Pogled zagrebačkih poduzetnika na kulturu konzumiranja kave*. Zagreb: Etnografski muzej.

Antoš, Zvezdana. 2010c. „Idemo na kavu! Interpretacija predmeta iz naše svakodnevne”. *Informatica Museologica*, 41 (1-4): 91-97.

Antoš, Zvezdana. 2010d. „Europski etnografski muzeji i globalizacija”. *Muzeologija* 47: 5-205.

- Antoš, Zvezdana [ur.]. 2010e. *DEK - Digital Exhibition Kit 'Entrepreneurial Cultures in Europe'* (DVD-ROM). Zagreb: Ethnographic Museum.
- Antoš, Zvezdana. 2011. „Aktivno sakupljanje građana u sakupljanju predmeta – Muzej prekinutih veza“. *Informatica Museologica* 42 (1-4): 101-104.
- Antoš, Zvezdana. 2012a. „Active citizens participation in collecting items: Museum of Broken Relationships“. U *What remains of the present? Contemporary collecting in museums "of society"*. Bayonne – Bordeaux: Musée Basque et de l'histoire de Bayonne – Société des Amis du Musée Basque – Fédération des écomusées et musées et musées de société – Le Festin.
- Antoš, Zvezdana. 2012b. „Pivo kao poticaj za druženje“. U *Idemo na pivo! Pogled na kulturu konzumiranja piva*. Zagreb: Etnografski muzej, str. 219-233.
- Antoš, Zvezdana. De Wildt, Annemarie. 2013. „The museum goes shopping - Collecting entrepreneurs, a comparison between city and ethnographic museums“. U *Participative Strategies in Collecting the Present*. Meijer-van Mensch, Leontine i Tietmeyer, Elisabeth, ur. Berlin: Panama-Verlag, str. 45-55.
- Beitl, Matthias, Grieshofer, Franz [ur.]. 2003. *Die Museumssammlung - Sammlungsintention auswahlkriterien kontextualisierung*. Wien: Österreichisches Museum für Volkskunde.
- Bockhorn, Olaf. Schindler, Margot. Stadelmann, Christian [ur.]. 2006. *Alltagskulturen: Forschungen und Dokumentationen zu österreichischen Alltagen seit 1945*. Wien: Österreichisches Museum für Volkskunde.
- Bursell, Barbro. 1999. „Professionalising collecting“. U *Museums and the Future of Collecting*. Simon Knell, ur. Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
- Kistemaker, René. Tietmeyer, Elisabeth. 2010. *Entrepreneurial Cultures in Europe, Stories and museum projects from seven cities*. Friends of the Museum of European Cultures: Berlin.
- Knell, Simon. 1999. „What future collecting?“. U *Museums and the Future of Collecting*. Simon Knell, ur. Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
- Steen, Anna. 1999. „SAMDOK: Tools to make the world visible“. U *Museums and the Future of Collecting*. Simon Knell, ur. Hampshire: Ashgate Publishing Limited.